

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN  
BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS  
PADA CV. DASACIPTA SARANA MEDIKA**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata 1  
pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

**Oleh:**

**Ahmad Muhtar Jazuli**

**D 600 080 022**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN  
BERBASIS WEBSITE MEGGUNAKAN CMS PADA  
CV. DASACITPA SARANA MEDIKA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

**AHMAD MUHTAR JAZULI**  
**D 600 080 022**


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Pembimbing I



(Ahmad Kholid Al Ghofari, ST., MT.)  
NIK. 985

Pembimbing II



(Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc)  
NIK. 1172

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN  
BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS  
PADA CV. DASACIPTA SARANA MEDIKA**

**OLEH**

**AHMAD MUHTAR JAZULI**

**D 600 080 022**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Fakultas Teknik**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Pada hari Jumat, 11 November 2016**

**dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

1. Ahmad Kholid Al Ghofari, ST., MT.  
(Ketua Dewan Penguji)



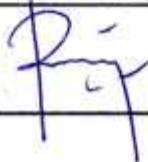
2. Ida Nursanti, ST., M.Eng.Sc  
(Anggota I Dewan Penguji)



3. Hafidh Munawir, ST., M.Eng.  
(Anggota II Dewan Penguji)



4. Ratnanto Fitriadi, ST., MT.  
(Anggota III Dewan Penguji)



**Dekan,**



**Ir. Sri Sunarjono, MT., Ph.D**

**NIK. 682**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 11 November 2016

Penulis,



**AHMAD MUHTAR JAZULI**

**D 600 080 022**

# **PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS PADA CV. DASACIPTA SARANA MEDIKA**

## **ABSTRAK**

Pemasaran produk merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Tanpa adanya pemasaran maka usaha atau bisnis tidak akan berkembang pesat. Pemasaran setiap perusahaan berbeda-beda. Ada yang memakai sistem tradisional dan ada juga yang sudah modern dengan menggunakan perkembangan teknologi. Melihat perkembangan bisnis saat ini, sudah banyak sistem pemasaran yang berbasis teknologi misalnya *website e-commerce*. Banyak bidang bisnis yang sudah menerapkannya meliputi fashion, elektronik, kesehatan dan sebagainya. CV. Dasacipta Sarana Medika merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang alat kesehatan, dimana untuk pemasarannya masih melalui toko dan sales. Melalui penelitian ini bermaksud untuk membantu CV. Dasacipta Sarana Medika dalam meningkatkan daya saing pemasaran produk. Sehingga diharapkan kedepannya dapat meningkatkan omset penjualan dan mencapai laba yang maksimal. Pada penelitian ini, program yang digunakan untuk membuat website yaitu *Content Management System*. Keunggulan program ini yaitu kemudahan dalam pembuatannya dan pengubahan informasi (*update informasi*). Dari hasil pembuatan *website e-commerce* ini memuat beberapa hal terkait profil perusahaan, cara pemesanan, produk, artikel kesehatan, testimoni pelanggan, dan konfirmasi pembayaran. *Website* tersebut banyak memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk mengenal secara detail mengenai perusahaan. Dengan adanya *website e-commerce* akan memudahkan dalam pemasaran karena dapat memperluas ruang untuk pangsa pasarnya dan bahkan dapat dikatakan bahwa CV. Dasacipta Sarana Medika memiliki pangsa pasar yang tak terbatas.

**Kata Kunci:** *Pemasaran Produk, Content Management System, Website E-Commerce*

## **1. PENDAHULUAN**

Pemasaran produk merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Pemasaran setiap perusahaan pun berbeda-beda. Ada yang memakai sistem tradisional yang mana dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut. Melihat perkembangan teknologi yang semakin hari semakin maju, tampaknya memberikan cara tersendiri bagi pelaku bisnis.

Permasalahan tersebut juga diikuti dengan perkembangan teknologi yang dapat membantu mengatasi permasalahan yang timbul, yaitu munculnya sebuah perangkat lunak *Wordpress*. *WordPress* adalah sebuah perangkat lunak blog yang

ditulis dalam bahasa PHP dan mendukung sistem basis data *MySQL*. Selain sebagai blog, *WordPress* juga dapat digunakan sebagai sebuah CMS (*Content Management System*) karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaanya.

CV. Dasacipta Sarana Medika adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian alat kesehatan dan farmasi dengan alamat di Jl. Kolonel Sutarto, No. 94B, Jebres, Surakarta. Pada tahun 2014 perusahaan tersebut memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor: 510.41/1114/PK/IX/2014 dengan penanggung jawab Bapak Partono.

Belum terdapatnya media pemasaran secara *online* menjadikan salah satu kendala bagi CV. Dasacipta Sarana Medika. Saat ini suatu bidang usaha tentu kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran secara *online* seperti *website*. Keberadaan suatu *website* juga akan memperluas jangkauan pemasaran perusahaan, maka diperlukan sebuah Sistem Informasi Pemasaran Berbasis *Website* pada CV. Dasacipta Sarana Medika.

## **2. METODE**

### **2.1 Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan disebuah usaha yang bergerak dalam bidang pendistribusian alat kesehatan atau farmasi yaitu CV. Dasacipta Sarana Medika dengan alamat Jl. Kolonel Sutarto, No. 94B, Jebres, Surakarta.

### **2.2 Prosedur Penelitian**

Dalam penyelesaian kasus, maka penulis menguraikan prosedur yang dilakukan dalam penelitian sebagai acuan untuk pengambilan data, yaitu:

#### **2.2.1 Identifikasi Masalah**

Sistem penjualan yang dilakukan oleh CV. Dasacipta Sarana Medika masih menggunakan cara manual dan terbatas beberapa wilayah saja. Belum terdapatnya media pemasaran secara *online* menjadikan masalah bagi CV. Dasacipta Sarana Medika. Saat ini suatu bidang usaha tentu kurang kompetitif jika tidak memiliki media pemasaran secara *online* seperti *website*.

#### **2.2.2 Tujuan Penelitian**

Merancang sistem informasi yang dibutuhkan pada CV. Dasacipta Sarana Medika sehingga menghasilkan sistem informasi mengenai pemesanan, penjualan, pengiriman barang yang akan ditampilkan dalam bentuk *website e-commerce*.

### **2.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **2.3.1 Data Primer**

##### **1. Observasi**

Pengamatan langsung di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung permasalahan yang akan diteliti.

##### **2. Wawancara**

Hal ini dilakukan supaya data yang dibutuhkan lebih lengkap dan jelas sesuai dengan informasi yang dibutuhkan peneliti antara lain gambaran

umum perusahaan, informasi penjualan, data transaksi penjualan, data konsumen saat ini.

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen serta menggunakan media elektronik untuk pengambilan data gambar seperti produk yang dijual, toko penjualan produk, serta kondisi perusahaan.

#### 2.3.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi pustaka dengan cara menghimpun dan menganalisis dokumen, serta penelitian sebelumnya. Dari studi pustaka didapatkan landasan teori sistem informasi manajemen, pemodelan sistem, *e-commerce*, serta metode pengolahan data sebagai acuan penelitian.

## 2.4 Perancangan Sistem informasi

### 2.4.1 Pemodelan Sistem

Dalam tahap ini sistem informasi dimodelkan dengan menghubungkan beberapa informasi yang saling berhubungan dan dibutuhkan sehingga membentuk suatu sistem informasi pemasaran. Adapun langkah-langkah yang dilakukan yaitu:

1. Merancang Diagram Konteks (Context Diagram)
2. Merancang Dekomposisi
3. Merancang DFD (Data Flow Diagram)
4. Entity Relationship Diagram (ERD)

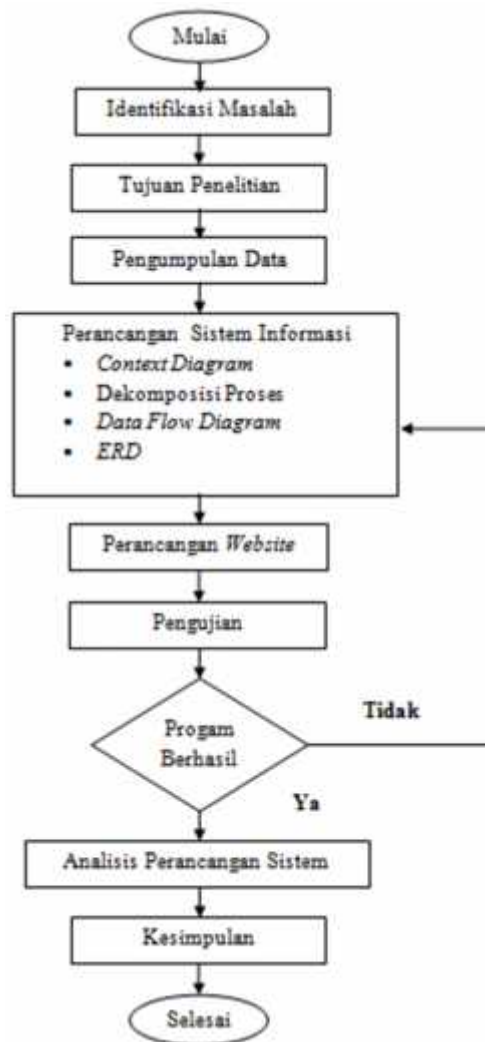
### 2.4.2 Tahap Perancangan Website

1. Pengorganisasian situs *website*  
Situs *website* terdapat 2 halaman yaitu halaman depan (*front-end*) berfungsi bagi para pengunjung situs web. Halaman belakang/administrator (*back-end/back office*) berfungsi bagi para admin/pembuat situs web untuk mengatur isi situs web.
2. Mendesain tampilan web  
Untuk mendesain web yang baik maka dilakukan perbandingan dengan desain *website* lain, lalu menambahkan *plugin* tertentu yang belum ada agar *website* yang dihasilkan menarik dan memberikan informasi yang jelas serta bermfaat.
3. Pengujian *website*  
Pengujian *website* dilakukan dengan mencoba menjalankan menu-menu yang ada pada *website* dengan aplikasi *browser* apakah berfungsi atau tidak. Jika perangkat *website* bisa berfungsi secara normal maka *website* telah siap digunakan dan dipublikasikan.

## 2.5 Kesimpulan dan Saran

Tahap ini berisi kesimpulan dari serangkaian pembahasan yang diperoleh dari hasil pemecahan masalah maupun dari pengumpulan data serta diajukan beberapa saran untuk perusahaan.

## Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 1 Kerangka Pemecahan Masalah

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Landasan Teori

Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai berikut, “Suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan .

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.



Dalam perancangan sebuah sistem informasi terdapat beberapa alat pengembangan sistem yang dapat digunakan untuk merancang sebuah skema aktifitas atau proses dalam sistem tersebut.

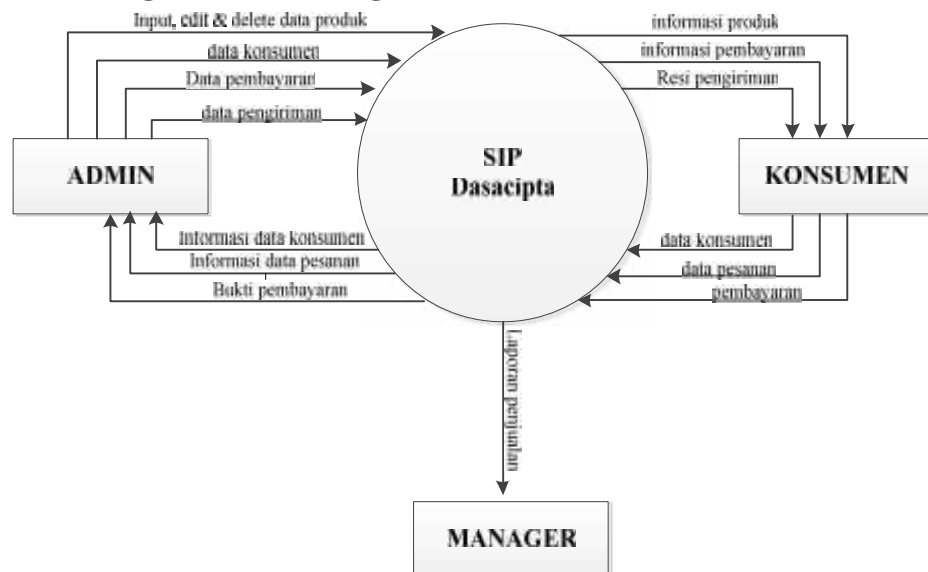
1. Diagram Konteks (*Context Diagram*)
2. Dekomposisi Proses
3. *Data Flow Diagram (DFD)*
4. *Entity Relationship Diagram (ERD)*

Salah satu unsur dari jenis media *website* adalah halaman *back end* yang biasa disebut CMS. CMS (*Content Management Sytem*) adalah suatu aplikasi berbasis *web* yang memudahkan penggunaanya dalam mengelola suatu *web*. Aplikasi ini memungkinkan untuk mengubah atau memanipulasi isi serta mengatur halaman *front end* dari suatu *website*.

Wordpress adalah sebuah perangkat lunak “*blog tool and publishing plathform*” yang secara khusus dapat digunakan untuk membuat blog. Seperti halnya Joomla, Wordpress ditulis dengan bahasa pemrograman PHP menggunakan *database* MySQL untuk penyimpanan datanya.

## 3.2 Perancangan Sistem Informasi

### 3.2.1 Perancangan Konteks Diagram



Gambar 2 Konteks Diagram

Dalam diagram konteks sistem informasi pemasaran terdapat 1 proses dan 3 terminator yaitu admin, konsumen, dan manajer. Admin sebagai pengelola mempunyai tugas mengenai input, edit, dan hapus produk. Serta mengelola data konsumen, data pembayaran, dan data pengiriman. Konsumen memberikan data konsumen, data pesanan, dan melakukan pembayaran. Manajer menerima laporan hasil penjualan.

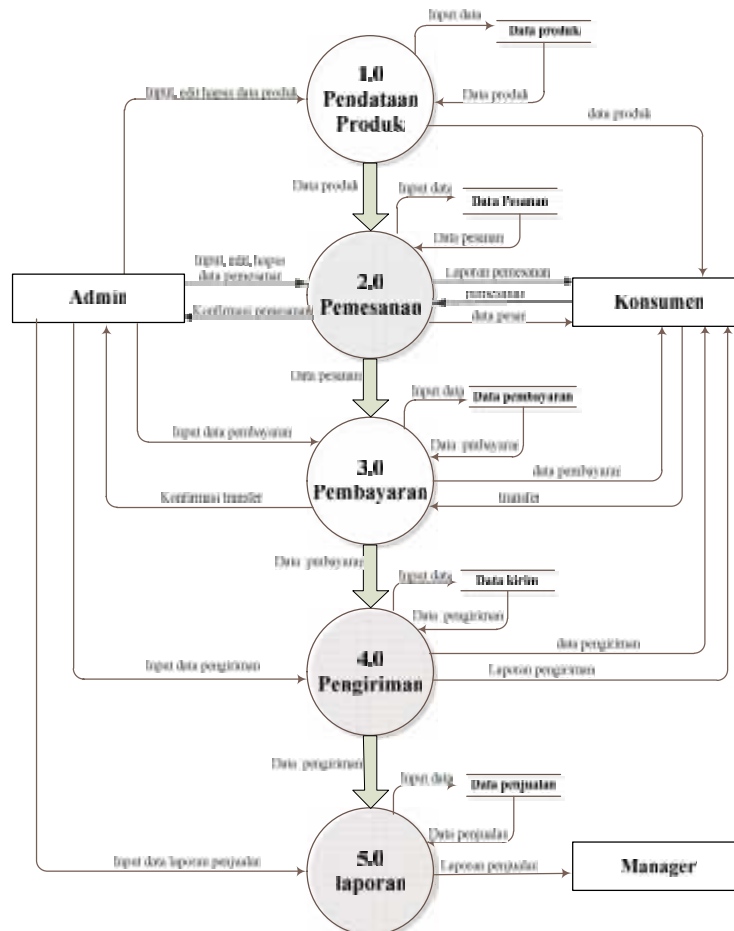
### 3.2.2 Perancangan Dekomposisi Proses



Gambar 3 Dekomposisi Proses

Tahapan ini mempunyai fungsi untuk mengetahui *input* dan *output* pada sistem informasi pemasaran dasacipta.

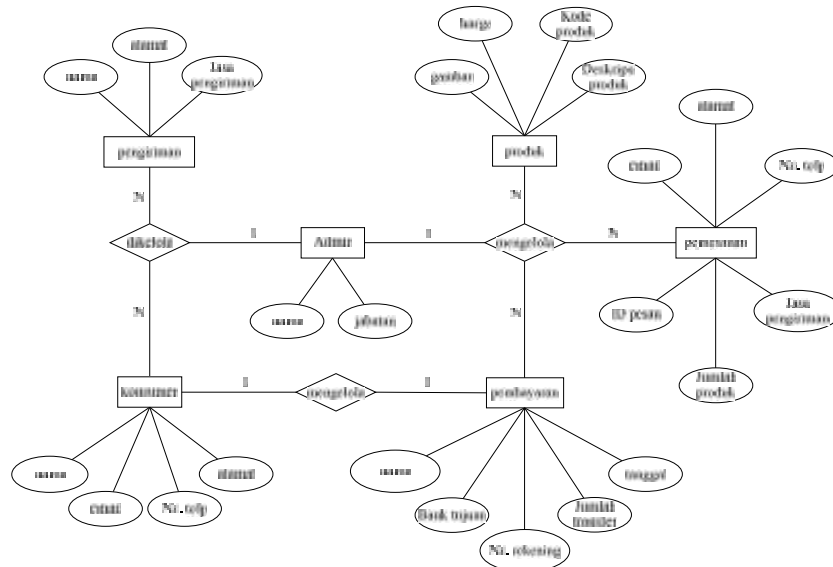
### 3.2.3 Perancangan Data Flow Diagram



Gambar 4 Data Flow Diagram

Tahapan ini berfungsi untuk mengetahui alur data yang dibutuhkan dalam merancang sistem informasi.

### 3.2.4 Entity Relationship Diagram



Gambar 5 Entity Relationship Diagram

Tahapan ini berfungsi untuk mengetahui hubungan antar entitas yang ada pada sebuah sistem.

## 3.3 Perancangan Website

### 3.3.1 Pengaturan Hosting dan Domain

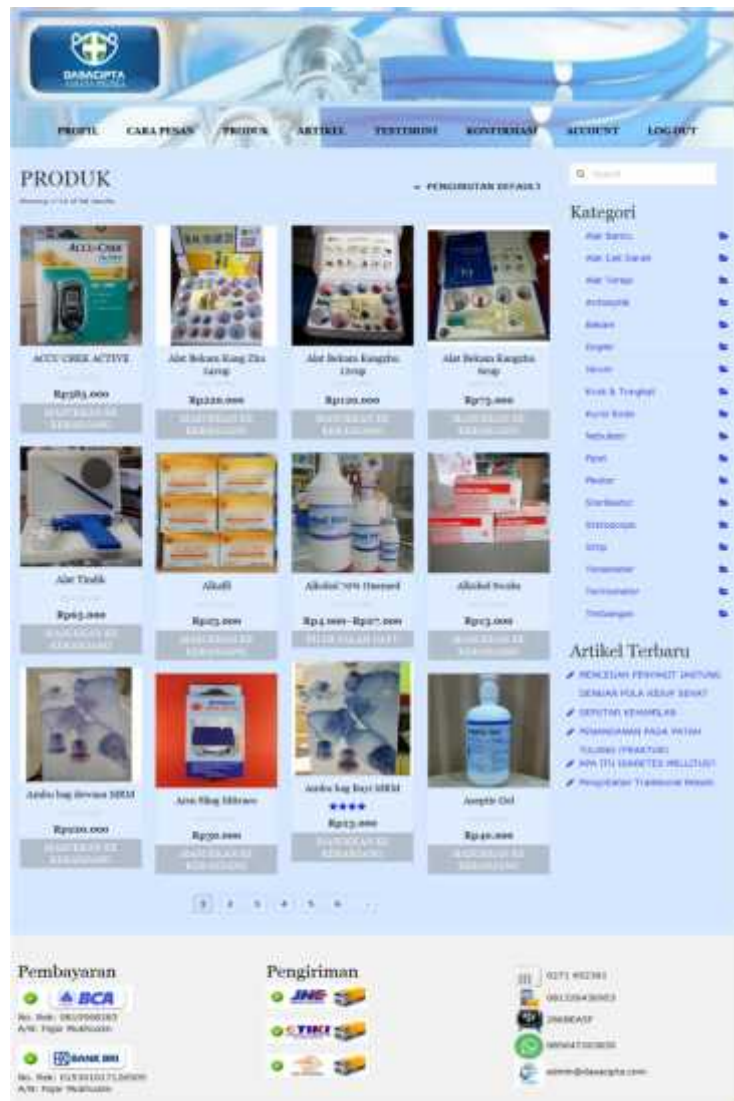
1. Mendaftar *Hosting*
2. Mendaftar *Domain*
3. Mengkoneksikan *Hosting* dengan *Domain*

### 3.3.2 Setting Halaman Administrator

1. Instal *Wordpress* di *Hosting*
2. Halaman Pengaturan Tema
3. Halaman Pengaturan *Plugin*
4. Halaman Pengaturan Produk
5. Halaman Pengaturan Konfirmasi Pembayaran
6. Halaman Pengaturan Artikel
7. Halaman Pengaturan *Widget*

### 3.3.3 Halaman Depan

Halaman depan dirancang untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian produk dengan menggunakan media *website* yang dapat diakses melalui jaringan internet. Pelanggan dimudahkan dalam melakukan transaksi dengan informasi-informasi yang tersedia pada halaman depan ini. Berikut adalah gambar halaman depan untuk *website* dasacipta.com.



Gambar 6 Halaman depan untuk *website* dasacipta.com

Pada halaman depan terdapat beberapa menu yang terdiri dari:

1. Menu *Login*

Menu *login* terdiri dari 2 *form* yaitu masuk dan daftar. *Form* masuk digunakan untuk admin dan pelanggan yang sudah terdaftar. Kemudian *form* daftar digunakan untuk pelanggan yang belum mendaftar.

2. Menu Info

Menu info terdiri dari 2 halaman yaitu halaman yang berisi profil Dasacipta Sarana Medika dan halaman cara pemesanan.

3. Menu Produk

Pada menu produk, pelanggan akan dihadapkan pada halaman daftar produk sehingga pelanggan dapat memilih produk yang diinginkan. Kemudian pelanggan bisa melihat detail produk yang berkaitan dengan harga serta deskripsi produk.

4. Menu Artikel

Pada menu artikel, pengunjung website dapat membaca beberapa artikel yang berkaitan dengan kesehatan serta informasi tentang alat kesehatan yang berkaitan dengan artikel tersebut.

5. Menu Testimoni

Pada menu testimoni, pengunjung *website* dapat menuliskan testimoni melalui *form* yang sudah disediakan.

6. Halaman Keranjang

Halaman keranjang berisi tentang daftar produk yang sudah dipilih oleh pembeli. Pada halaman tersebut, pembeli dapat mengubah jumlah produk yang akan dibeli atau memperbarui produk. Jika sudah selesai maka pembeli bisa klik tombol *checkout*.

7. Halaman *Checkout*

Halaman *checkout*, pembeli akan mengisi data yang akan digunakan dalam pengiriman. Setelah selesai mengisi data maka pembeli langsung klik tombol buat pesanan seperti yang terdapat pada gambar. Maka pembeli akan melihat laporan pemesanan seperti pada gambar berikut ini.

8. Menu Konfirmasi

Setelah melakukan transaksi pembayaran melalui transfer bank, pelanggan diwajibkan untuk melakukan konfirmasi melalui *website*.

### 3.4 Pengujian Website

Setelah selesai membuat rancangan dan tampilannya, maka perlu dilakukan pengujian *website* apakah sudah berjalan sesuai yang diharapkan. Pengujian ini difokuskan pada fungsi *website* yang terdiri dari beberapa menu untuk kebutuhan sistem informasi. Berikut ini adalah tahap pengujian *website*:

#### 3.4.1 Menguji koneksi *database* dengan *website*

Untuk menguji koneksi tersebut, peneliti melakukan percobaan *login* menggunakan akun *admin* dan *customer*.

#### 3.4.2 Menguji komponen menu pada *website*

Hal ini dilakukan dengan maksud untuk meneliti apakah fungsi masing-masing menu pada *website* sudah sesuai dengan rancangan awal. Berikut ini adalah pengujian untuk komponen menu yang terdapat pada *website*:

1. Menu Info

Pada menu info terdiri 2 submenu yaitu profil dan cara pesan. Menu profil akan menampilkan tentang profil perusahaan sedangkan menu cara pesan akan menampilkan tatacara melakukan pemesanan produk melalui *website* *dasacipta.com*.

2. Menu Produk

Apabila pengunjung membuka Menu produk maka yang ditampilkan adalah macam-macam produk yang dipasarkan melalui *dasacipta.com*.

3. Menu Artikel

Menu artikel akan menampilkan beberapa artikel kesehatan yang dapat dibaca melalui *website* *dasacipta.com*.

#### 4. Menu Testimoni

Menu testimoni menampilkan form yang dapat diisi oleh pengunjung untuk menyampaikan testimoni melalui *website*.

#### 5. Menu Konfirmasi

Menu konfirmasi menampilkan halaman yang berisi form untuk konfirmasi setelah melakukan pembayaran.

#### 3.4.3 Menguji proses pemesanan

Pengujian proses pemesanan dilakukan untuk meneliti apakah langkah-langkah serta fungsi dari masing-masing tombol pemesanan sudah benar dan bisa menampilkan halaman seperti rancangan awal.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan analisis sistem mengenai perancangan sistem informasi pemasaran menggunakan CMS pada CV.Dasacipta Sarana Medika, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Hasil rancangan sistem informasi pemasaran ini memuat beberapa hal terkait profil perusahaan, cara pemesanan, produk, artikel kesehatan, testimoni pelanggan, dan konfirmasi pembayaran.
2. Dengan adanya *website e-commerce* akan memudahkan dalam pemasaran karena dapat memperluas ruang untuk pangsa pasarnya dan bahkan dapat dikatakan bahwa CV. Dasacipta Sarana Medika memiliki pangsa pasar yang tak terbatas. Selain itu juga akan memberikan kemudahan kepada pengunjung untuk mengenal secara detail.

### 4.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk memperbanyak pengunjung *website* maka pengelola *website* bisa mempromosikan melalui media sosial atau mendaftarkan melalui iklan berbayar.
2. Setelah *website* diterapkan maka pengelola website agar selalu aktif untuk memperbarui informasi produk agar menambah kepuasan pelanggan.
3. Segera mendaftarkan *website* pada mesin pencari yang terkemuka seperti *google.com*

## DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Ahmad Halim. (2013). *Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website E-Commerce*. Surakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Fatta, Hanif Al. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan dan Organisasi Modern*. Yogyakarta: Andi.

Haryanto, Bambang. (2004). *Sistem Manajemen Basisdata*. Bandung: Informatika.

- Jogiyanto, HM. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Komputer, Wahana. (2010). *Membangun Website Tanpa Modal*. Yogyakarta: Andi.
- Kristanto, Andri, (2003). *Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya*, Yogyakarta: Gava Media.
- Laudon, Kenneth C. dan Jane P.Laudon. (2008). *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- McLeod Jr, Raymond dan George P.Schell. (2008). *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nore, Victor Nocolas. (2013). *Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran Produk Berbasis Web*. Bandung: Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Widyatama.
- Pohan, Husni Iskandar dan Kusnassriyanto Saiful Bahri. (1997). *Pengantar Perancangan Sistem*. Jakarta : Erlangga.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Timur, Norma Puspita. (2013). *Perancangan Sistem Pemasaran Berbasis Website Pada PT Hamudha Prima Media*. Surakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wahyono, Teguh. (2009). *Practice Guide PHP on Windows*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Yudho, Silvester. (2011). *Perancangan dan Pembuatan Website sebagai Aplikasi e-commerce pada Agnas Handicraft Jogjakarta*. Semarang: Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
- Yuhefizar., HA Mooduto, dan Rahmat Hidayat. (2009). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.